

HUMOR W KOMUNIKACJI

Funkcja humoru w komunikacji jest taka sama jak w całym obszarze działań kognitywnych człowieka – nie pełni on roli merytorycznej i jest przeznaczony dla szeroko pojętych działań ludycznych, które w procesie kontaktów werbalnych odgrywają bardzo ważną rolę. Dlatego nie występuje w dyskursach naukowych i urzędowych, a najczęściej pojawia się w dyskursach potocznych, publicystycznych i literackich. Victor Raskin¹ nazywa wypowiedzi humorystyczne wypowiedziami *non-bona-fide*, czyli działaniem werbalnym, wyjętym z ram zasad kooperacji sformułowanych przez H.P. Grice'a. Podobną myśl wyraża badacz humoru E. Pretorius: „Humor – pisze – prezentuje świat w sposób odmienny, zazwyczaj zachęcając nas do opuszczenia, chociaż na krótką chwilę, reguł i norm, na których podstawie żyjemy”².

Inaczej mówiąc, wypowiedź komiczna nie musi uwzględniać maksym **informatywności** (bądź informatywny w takim stopniu, w jakim jest to wymagane przez sam cel wymiany werbalnej), **prawdziwości** (mów prawdę), **rzeczowości** (mów do rzeczy), **jasności** (unikaj niejasności i wieloznaczności przekazu), **oszczędności** (mów w sposób oszczędny) i **uporządkowania** (przekazuj informacje w należyтым porządku)³. Naruszenia te mają charakter celowy i nie zakłócają dyskursu merytorycznego, ponieważ w większości mają charakter metadyskursywny i nie ingerują w jego treść. Przypadki metaforycznego użycia wypowiedzi komicznej, kiedy taka ingerencja występuje, omówimy później. Rzeczywiście, będąc w istocie grą językową, przekaz humorystyczny nie musi referować prawdy, trzymać się tematu i właściwego porządku dyskursywnego, często wykorzystuje te naruszenia jako chwytły pomagające akceptowane przez interlokutorów.

Kwestia semantyki humoru nadal pozostaje nie do końca wyjaśniona, przede wszystkim dlatego, że istniejąca baza lingwistyczna nie jest w stanie wytłumaczyć wszystkich subtelności organizacji sensu komicznego. Najbardziej poważną propozycją, zmierzającą do wyjaśnienia mechanizmów humoru, pozostaje **teoria skryptów** Viktora Raskina⁴. Autor teorii skryptów zakłada, że jeśli istnieją teksty śmieszne i nieśmieszne, to należy przypuszczać, że można wykryć warunki lingwistyczne, które

¹ V. Raskin, *Semantic Mechanisms of Humor*, Reidel, Dordrecht 1985.

² E. Pretorius, *Humor as Defeated Discourse Expectations: Conversational Exchange in a Monty Python*, „Humor” 3–3, 1990, s. 260.

³ H.P. Grice, *Logic and conversation*, [w:] P. Cole, L. Morgan (red.), *Syntax and Semantics 3: Speech Acts*, Academic Press, New York 1975, s. 41–58.

⁴ V. Raskin, *op. cit.*

zapewniają tym tekstom śmieszność. Skrypty stanowią uporządkowaną konfigurację semantyczną, którą odbiorca traktuje jako sytuację przedstawioną. Sekwencje słowne użyte w tekście komicznym stanowią, zdaniem Raskina, jednostki pewnego pola semantycznego, które można przedstawić za pomocą formalnego skryptu. Podstawowe zadanie analityczne jest w tym przypadku sformułowane w sposób następujący:

- (i) Tekst można odnieść w całości lub w części do dwóch różnych skryptów,
- (ii) Te dwa skrypty, do których można odnieść tekst, są przeciwstawne w sposób szczególny⁵.

Victor Raskin nie bez racji sugeruje, że w każdej wypowiedzi komicznej można znaleźć dwa przeciwstawne skrypty, które można traktować jako wyznacznik lingwistyczny tekstu humorystycznego, na przykład w żarcie werbalnym:

- (1) John i Mary żyli szczęśliwie 20 lat, potem się spotkali

następuje skonstrastowanie dwóch przeciwstawnych sobie skryptów: S1 – sytuacja szczęśliwego małżeństwa („John i Mary żyli szczęśliwie 20 lat”), jako standardowa interpretacja tego odcinka tekstu, oraz S2 – sytuacja rozpoczęcia wspólnego życia („...potem się spotkali”), które wchodzi w kontrast z S1 przynajmniej na odcinku semantycznym:

- (2) S1: John i Mary znali się 20 lat
- S2: John i Mary nie znali się 20 lat⁶.

Zderzenie tych dwóch sytuacji, jak twierdzi autor teorii skryptów, stwarza efekt komiczny, ponieważ następuje gwałtowna reinterpretacja eksponowanego na początku sensu (pułapka semantyczna). Twierdzenie to budzi jednak wiele wątpliwości. Po pierwsze, zderzenie różnych przedstawionych sytuacji nie jest przywilejem jedynie wypowiedzi komicznych. Spotykamy go w różnych innych tekstach zawierających paradoksalne ujęcie przedstawionej rzeczywistości. Przedstawienie paradoksu nie musi koniecznie być śmieszne. Jeszcze Jadwiga Puzynina, analizując aforyzmy Jerzego Leca, zauważyła, że zawierają one przeciwstawne sobie sensy. Na przykład aforyzm:

- (3) Wszyscy chcą naszego dobra. Nie dajcie go sobie zabrać

zawiera kontradycję sensów:

- (4) S1: Chcą, żeby nam było dobrze
- S2: Chcą mieć nasze dobro⁷.

Jadwiga Puzynina słusznie sugeruje, że aby zrozumieć ten aforyzm, odbiorca powinien:

⁵ *Ibidem*, s. 99.

⁶ A. Awdiejew, *Nieśmieszne aforyzmy (Refleksja nad semantyką humoru Viktora Raskina)*, [w:] I. Nowakowska-Kępna (red.), *Język a kultura*, t. 8, *Podstawy metodologiczne semantyki współczesnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1992, s. 279–285.

⁷ J. Puzynina, *Lingwistyka a poziom rozumienia tekstu*, „Poradnik Językowy”, nr 7, 1984, s. 410.

- (1) mieć wystarczającą wiedzę, aby zauważyć zawarty w nim paradoks
- (2) umieć rozwiązać ten paradoks, dokonując reinterpretacji.

Jak widzimy, zderzenia różnych przeciwstawnych sensów można spotkać nie tylko w tekście komicznym, zjawisko to jest nagminne w tekstach literackich, a szczególnie poetyckich. Z tego punktu widzenia ustalenie warunku śmieszności pozostaje problemem otwartym. Po drugie, w praktyce analizy wypowiedzi komicznych obserwujemy działania wywołujące śmiech, a jednocześnie nieoparte na przeciwstawnych sytuacjach. Do takich działań można odnieść na przykład rozmaite parodie, gry słowne, stylizacje. Możemy dodatkowo stwierdzić, że samo przeżywanie śmieszności jest kategorią raczej pragmatyczną, a nie semantyczną. Co, kiedy, gdzie i dla kogo jest śmieszne, niekoniecznie musi być takie w innych warunkach. Dlatego musimy wyjść z ciasnych granic semantyki i rozpatrzeć szerokie pole warunków pragmatycznych.

Od razu chciałbym zastrzec, że nie będę rozpatrywać swoistych psychologicznych warunków śmieszności (poziom rozbawienia odbiorców lub ich indywidualne preferencje). Na przykład sam widok niektórych aktorów sceny politycznej wywołuje nieskrępowany uśmiech, na który zapracowali oni swoją działalnością na tej arenie. Inaczej mówiąc, indywidualne motywacje śmieszności, chociaż są przewidywalne z psychologicznego punktu widzenia, nie są tematem naszych rozważań. Zajmiemy się motywacjami pragmatycznymi związanymi z bardziej szerokim polem oczekiwań metodologicznych: motywacją kulturową.

Podstawowym wyróżnikiem dyskursu komicznego jest szczególny charakter jego interpretacji. Zgodnie z założeniami gramatyki komunikacyjnej, każdy tekst reprezentujący określony dyskurs wymaga zastosowania innego sposobu organizowania sensu, czyli zastosowania innego typu **relewancji**. Ten dość trudny problem można zilustrować w następujący sposób. Jeśli tak proste wypowiedzenie jak

(5) Matka karmi dziecko

umieścimy w różnych dyskursach, sama interpretacja w każdym z tych dyskursów pójdzie w różnym kierunku. W dyskursie potocznym będziemy rozumieć go jako odniesienie indeksalne: jakaś konkretna matka karmi konkretne dziecko. Ten sam przekaz w dyskursie naukowym podaje informację biologiczną: każda matka u ssaków karmi swe potomstwo mlekiem. W dyskursie urzędowym będzie podkreślony obowiązek matki do karmienia dziecka. Dyskurs publicystyczny pokreśli w tym przypadku pozytywny wzór matki karmiącej, a dyskurs literacki nawiąże do symbolicznych wizerunków Madonny, matki, dzieciństwa i obrazu szczęśliwej rodziny⁸. Relewancja komiczna będzie poszukiwała w tym przypadku interpretacji paradoksalnej, takiej jak w żarcie: nie znoszę widoku karmiącej matki, kiedy dziecko zasłania mi pierś, itd.

Żeby określić funkcje humoru w komunikacji, należy przede wszystkim ustalić cele komunikacyjne, jakie pełni w różnego typu dyskursach. Jak już powiedzieliśmy na początku, domeną humoru są trzy rodzaje dyskursów: potoczny, publicystyczny i lite-

⁸ A. Awdiejew, G. Habrajska, *Komponowanie sensu w procesie odbioru komunikatów*, Primum Verbum, Łódź 2010, s. 240.

racki. Każdy z nich ma specyficzny cel komunikacyjny⁹. Najbardziej złożonym celem komunikacyjnym jest cel realizowany w dyskursie potocznym. Ogólnie rzecz biorąc, komunikacja potoczna dąży do skoordynowania wzajemnych działań interlokutorów. Dlatego humor w tym dyskursie ma funkcję pomocniczą. Służy on przede wszystkim **integracji** grupy komunikacyjnej, wciągając ją do wspólnej zabawy i zmniejszając dystans między uczestnikami dyskursu. Dowcipkowanie, gry słowne, opowiadanie dowcipów i inne działania zabawowe nie tylko zbliżają do siebie interlokutorów, lecz również obniżają poziom lęku, wzbudzają wzajemne zaufanie. M. Bachtin wskazuje na duże znaczenie zabawy grupowej, kiedy ludzie odrzucają wszystkie troski codziennego życia, wprowadzając wolność karnawałową, która nie uwzględnia przyjętego w danym społeczeństwie tabu i pozwala na szczere i niczym nieskrępowane relacje międzyludzkie. Zabawa jest również dobrym sposobem bezkolizyjnego wejścia do grupy. Dowcip jest zawsze dobrze typowany i pozwala na wyrobienie przez bawiącego się dobrej opinii. Jest to więc funkcja **wprowadzająca**. Badacze podkreślają również funkcję humoru jako środka wspomagającego kreatywność. Prawdopodobnie z tego powodu, że semantyka humoru jest oparta na myśleniu paradoksalnym, bawienie się w procesie rozwiązywania problemów pozwala na uniknięcie stereotypowego wyboru i poszerza obszar poszukiwania. Humor w dyskursie potocznym może również pełnić funkcję **obrońną**, występuje bowiem jako sposób degradacji przeciwnika i umocnienia swojej własnej pozycji. W społeczeństwach represyjnych, gdzie panuje kontrola zewnętrzna państwa, humor w dyskursie potocznym pozwala na odprężenie, określenie kręgu osób zaufanych, czyli pełni swoistą funkcję **terapeutyczną**. Tematyka żartów w dyskursie potocznym trzyma się zazwyczaj sfery życiowych sytuacji krytycznych. Może również obejmować sferę drugiej i trzeciej rzeczywistości przy omawianiu aktualnych zdarzeń na scenie politycznej.

Dyskurs potoczny cechuje duża różnorodność form realizacji wypowiedzi komicznych. Zaczynając już od operatorów organizacji dyskursu, takich jak powitanie, pożegnanie, bawiący się interlokutorzy potrafią przeistoczyć stereotypowe formuły w wypowiedzi komiczne. Takie już utarte odzywki jak „dzień doberek”, „padam do nóżek”, „pozdro”, „narazka” już wprowadzają odpowiedni klimat zabawy. Profesor Kazimierz Ożóg, opisując eksperymenty zabawowe w dyskursie potocznym, znalazł takie arcydzieło jak „ręka chłoporobotnika ściska pana kierownika” i wiele innych¹⁰. Rozpowszechnione tutaj rozmaite przezwiska, służące jako apelatywy, odzwierciedlają fizyczne lub mentalne cechy interlokutorów i często służą jako powód do zabawy słownej. W ogóle dowcipkowanie w dyskursie potocznym jest często traktowane jako zwyczajny sposób kontaktu werbalnego. Biorą w nim udział wszyscy chętni całej grupy komunikacyjnej. W spotkaniach towarzyskich tego rodzaju zachowanie uważa się za dobry ton. Zawsze znajdzie się w grupie „dusza towarzystwa”, która inicjuje tego rodzaju spontaniczną komunikację ku uciesze wszystkich. O tradycji opowiadania dowcipów w towarzystwie wspomina wielu badaczy. Istnieje nawet osobna

⁹ A. Awdiejew, G. Habrajska, *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej*, t. 2, Oficyna Wydawnicza Leksem, Łask 2006, s. 190–194.

¹⁰ K. Ożóg, *Leksykon metatekstowy współczesnej polszczyzny mówionej. Wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 1990.

grupa „nosicieli kawałów” zawsze gotowa uczestniczyć we wspólnej zabawie. Tematyka żartów społeczno-politycznych zajmuje tu szczególne miejsce, chociaż zainteresowanie tą tematyką zależy od stopnia zaangażowania politycznego słuchaczy.

Jak w każdej sferze komunikacji dyskurs potoczny wymaga trzymania się określonych reguł, które uskuteczniają efekt wypowiedzi komicznych. Istnieją określone granice takiego zachowania, pozwalające na utrzymanie odpowiednich warunków skuteczności. Warunki te podlegają ogólnym zasadom **kooperacji**, sformułowanym przez H.P. Grice’a¹¹. W przypadku uprawiania humoru można te warunki sformułować w sposób następujący:

(w1) Nadawca, żartując, nie może dopuścić do własnej degradacji, ponieważ może to wywołać litość odbiorcy i wycofanie się przez niego z komunikacji komicznej.

(w2) Nadawca, żartując, nie powinien degradować osoby odbiorcy, ponieważ może to wywołać jego obrazę i wycofanie się z komunikacji komicznej.

(w3) Nadawca, żartując, nie powinien degradować osób i obiektów, mających znaczenie *sacrum* dla odbiorcy, oraz poruszać tematów, które odbiorca uznaje za tabu, ponieważ może to wywołać jego obrazę i wycofanie się z komunikacji komicznej itd.

Kwestia określenia warunków skuteczności dla wypowiedzi komicznych w dyskursie potocznym czeka na rozwiązanie, ograniczyliśmy się tylko do jej zasygnalizowania.

Celem komunikacyjnym dyskursu publicystycznego jest perswazja społeczna. Nadawca tego dyskursu usiłuje przekonać odbiorców do przyjęcia jego własnej postawy wobec przyjętych przez niego norm i ideałów moralnych. Humor w tym dyskursie występuje jako komponent wspomagający cały proces perswazji. Strategia perswazyjna zakłada w tym przypadku określone działanie w drugiej rzeczywistości odbiorcy, gdzie określone obiekty są rozpatrywane przez nadawcę jako obiekty śmiechogenne. Podobnie jak w dyskursie potocznym, humor w dyskursie publicystycznym pełni funkcję **integracyjną** – jednoczy zwolenników określonej opcji politycznej, czyli, jak podkreśla Irena Kamińska-Szmaj, „śmiejch łączy ludzi o podobnych poglądach politycznych”¹². W dyskursie publicystycznym uczestniczą przedstawiciele różnych opcji politycznych, tworząc środowiska komunikacyjne znajdujące się w stanie ustawicznej rywalizacji. Twórcy tekstów publicystycznych – dziennikarze, politycy i komentatorzy polityczni – uczestnicząc w tej rywalizacji, stosują humor jako narzędzie degradacji swych oponentów. W zależności od poziomu kultury i kreatywności bardziej czy mniej udana produkcja humorystyczna staje się mocnym narzędziem w konfrontacji politycznej. Wszystkie tematyczne pomysły tego rodzaju produkcji można podzielić na dwa rodzaje. Po pierwsze, wyśmiewanie oponentów politycznych za pomocą umieszczenia ich w wyobraźniowej sytuacji, w której zdradzają niekompetencję, niski poziom intelektualny, brak wykształcenia, zadufanie, przesadność i inne cechy, potępiane przez ogół społeczeństwa. Po drugie, w tym samym kierunku idzie demonstracja wpadek konkurujących oponentów, niezamierzonych przejęczyń, dwuznacznych, niezręcznych sytuacji itd. Pierwszy rodzaj hu-

¹¹ H.P. Grice, *op. cit.*

¹² I. Kamińska-Szmaj, *Humor w wypowiedziach polityków (wesolość na sali sejmowej)*, [w:] S. Gajda, D. Brzozowska (red.), *Świat humoru*, Uniwersytet Opolski, Opole 2000, s. 235–242.

moru publicystycznego jest często realizowany za pomocą karykatur politycznych. Karykatura przedstawia obiekt satyry w postaci zdeformowanej, podkreślając negatywne cechy tego obiektu. Na rynku prasowym w Polsce dużą popularnością cieszą się najbardziej utalentowani karykaturzyści (Henryk Sawka, Andrzej Mleczek, Marek Raczkowski), na których produkcję czeka publiczność i którzy, można powiedzieć, aktywnie uczestniczą w kształtowaniu opinii publicznej. Nie ma, wydaje się, mocniejszej broni politycznej niż trafnie skomponowana karykatura, która w sposób syntetyczny ujmuje problemy trudno uchwytne w inny sposób.

Podobną rolę pełnią werbalne określenia, wprowadzające negatywne nacechowanie krytykowanego obiektu. Bez stosowania jakiejkolwiek argumentacji autorzy tekstów przydzielają osobom, grupom politycznym i ich działaniom odpowiednie ośmieszające etykiety. Znane w polskiej praktyce publicystycznej określenia „pisiory”, „płatusy”, „słońce Peru”, „łże-elita”, „pierwszy mulat Rzeczypospolitej” itd. są rozpoznawalne i służą do ośmieszania przeciwników politycznych. Funkcja humoru służy tutaj do wywołania relewancji komicznej za każdym razem, kiedy dany polityk czy grupa pojawia się na scenie politycznej. Chodzi o to, żeby obiekty satyry nie były za każdym razem traktowane poważnie; następuje w tym przypadku blokowanie relewancji publicystycznej i zastąpienie jej relewancją komiczną. Przedstawiciele PiS-u często narzekali na ustawiczne traktowanie ich partii jako nieporadnych nieudaczników. Rzeczywiście, w niektórych mediach stosunek do tej partii był jednoznaczny. Na kanale TVN 24 w audycji „Szkło kontaktowe” jeden z dzwoniących widzów oświadczył na przykład, że prowadzący tę audycję, nawet kiedy milczą, obrażają partię PIS. Jest to jaskrawy przykład dominacji relewancji komicznej, która ujawnia się w sposób automatyczny, kiedy przed oczyma widzów stale pojawiają się ośmieszane postacie.

Demonstracja wpadek i przejęczych przeciwników politycznych wymaga stałej selekcji materiału publicystycznego. Dziennikarze i operatorzy opowiadający się po określonej stronie frontu politycznego wytrwale polują na nadarzające się okazje. W gorące debaty sejmowej, kiedy monitoring własnych wypowiedzi ulega osłabieniu, politycy często zachowują się w sposób niekontrolowany, co od razu wykorzystują ich przeciwnicy, zwłaszcza jeśli zachowanie to kojarzy się z kierunkiem śmiechogennym. Pamiętne słowa pewnego prezesa „Nie przekonają nas, że białe jest białe, a czarne jest czarne” lub znamienne rozpoczęcie mowy jednego z posłów „Nie po raz pierwszy staje mi...” pojawiały się później we wszystkich newsach i były powtarzane w komentarzach. W radiu TOK FM regularnie prowadzone są konkursy na najlepsze przejęczenie lub niezwykłą odzywkę komentatorów i polityków. Odbiorcy sami wybierają najzabawniejsze wypowiedzenie i w ten sposób popularyzują „polowanie na słowa”.

W publicystyce istnieje gatunek felietonu i notatek satyrycznych, których celem jest ośmieszanie wszystkiego, co autorzy uważają za przeszkodę w normalnym rozwoju społeczeństwa. I tutaj również wyróżniają się ulubieni felietoniści (np. Michał Ogórek, Stanisław Tym, Sławomir Mizerski), którzy aktywnie reagują na każde zdarzenie na arenie politycznej i wyraźnie wpływają na nastroje społeczne.

Jak podkreśliliśmy wcześniej, humor w publicystyce ma za zadanie wzmocnienie funkcji perswazyjnej wypowiedzi, a podstawowym zadaniem tej funkcji jest kształtowanie postaw odbiorców i ustalenie ich pozycji na scenie politycznej.

W dyskursie literackim, który sam z siebie nie jest dyskursem merytorycznym (służy jako rozrywka intelektualna), humor odgrywa rolę zasadniczą. Dlatego można mówić o komizmie literackim jako o wysublimowanym sposobie paradoksalnego ujęcia rzeczywistości. Jedną z podstawowych cech narracji literackiej jest wyraz mądrości życiowej, w której poczucie humoru i dystans do omawianych problemów należą do podstawowych komponentów. Komizm literacki, ze względu na uniwersalność przekazu, podobnie jak komizm w dyskursie potocznym, wskazuje na typowe sytuacje krytyczne, zawierające obiekty śmiechogenne w obrębie danej kultury. Łączy się również w sposób ścisły z tradycją literacką. W odróżnieniu od humoru potocznego i publicystycznego, w których jako obiekty ośmieszania występują realne zjawiska rzeczywistości, komizm literacki ma charakter bardziej uniwersalny, występują w nim jedynie typy obiektów śmiechogennych, które zmieniają się wraz z rozwojem różnych gatunków literackich. Nawet nawiązanie do istniejących osób i sytuacji historycznych nie ma tutaj znaczenia pierwszorzędowego. Zaczynając od potocznego humoru w komediach Arystofanesa i kończąc na mieszczańskich komediach Bałuckiego i paradoksalnych opowiadaniach Mrożka, odbiorcy tego humoru literackiego nie utożsamiają ich bohaterów ze znajomymi im osobami. Ten komizm ma charakter uniwersalny, retrospektywny, rozwija poczucie humoru i umiejętność zauważenia śmiesznego w życiu codziennym.

W tradycji literackiej spotykamy liczne gatunki prozy, dramatu i poezji specjalnie przeznaczone do realizacji funkcji komicznej. Z braku miejsca nie będziemy tych gatunków omawiać. Ich celem komunikacyjnym jest rozbawienie czytelników i zmuszenie ich do paradoksalnego myślenia, które pozwala na ujęcie tej samej sytuacji przedstawionej w kilku aspektach, przezwyciężenie rozumowania stereotypowego. Wszystkie przejawy komizmu w dyskursie literackim można podzielić na **zewnętrzne**, czyli obejmujące humor narracyjny, związany z przeżywaniem przedstawianych sytuacji, oraz **wewnętrzne**, polegające na zabawach opartych na tradycji literackiej (trawestacja, pastisz, parodia). Ten ostatni typ humoru jest przeznaczony dla wytrawnych znawców literatury i ma charakter hermetyczny.

Humor literacki odgrywa znaczną rolę w komunikacji indywidualnej i społecznej. Osoby powołujące się na niego są odbierane jako bardziej kompetentne i godne zaufania, a rozmaite powiedzonka zaczerpnięte z literatury rodzimej i obcej wzbogacają przemówienia polityków i urozmaicają spotkania towarzyskie. Nasze szkicowe przedstawienie funkcji humoru w rozmaitych dyskursach wymaga znacznego pogłębienia i bardziej szczegółowego opracowania. Podstawową tezę tego artykułu było udowodnienie, że humor jako środek komunikacyjny wspomaga funkcję perswazyjną języka i w różnych dyskursach wymaga innego typu analizy.